

<<广告设计>>

图书基本信息

书名：<<广告设计>>

13位ISBN编号：9787534026607

10位ISBN编号：7534026601

出版时间：2010-2

出版时间：浙江人民美术出版社

作者：赵敏，吴兴明 著

页数：137

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<广告设计>>

### 内容概要

广告设计是一门实用性很强的综合学科，是广告活动全过程的一个重要环节。

高职高专艺术设计教育突出实训教学，旨在培养企业一线的应用型设计人才，以动手能力强为培养目标。

因此，广告设计的教学目标在于通过实践教学的方式，融“教、学、做”为一体，培养出具备较高综合素质、设计实践能力强的平面设计专业技能性人才。

本书为中国美术学院推荐教材，主要分为了课程概述、教学流程、项目详解、作品赏析这四章进行介绍。

## &lt;&lt;广告设计&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 课程概述 一、培养目标 二、教学模式 三、教学重点与难点 四、课程设置与课时分配第二章 教学流程 一、教学流程表 二、广告设计 (一)广告概论 (二)广告市场 三、广告策划 (一)广告媒介 (二)广告预算 (三)广告设计表现 四、广告创作 (一)广告创意 (二)广告创意的表现形式 (三)广告设计制作 五、广告设计的效果测定与评估 (一)广告效果评估定义 (二)广告效益包括三个方面第三章 项目详解 【项目一】华瑞·湘湖美地营销推广 一、项目概况 二、项目流程 三、项目市场分析与调研 (一)从了解我们的产品开始 (二)产品swOT分析 (三)我们与竞争者的不同之处 四、项目策划 五、项目推广计划 【项目二】重庆沁园营销推广 一、项目概况 (一)项目背景 (二)项目SWOT分析 二、项目定位分析 (一)广告定位分析 (二)设计理念提升 三、广告设计表现 (一)品牌提升——企业一体化形象设计 (二)品牌提升——广告 (三)沁园品牌形象店设计效果第四章 作品赏析 一、公共服务性广告设计作品赏析 (一)公共服务性广告的特点 (二)公共服务性广告的原则 二、商业性广告设计作品赏析参考书目谢辞

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>